

Ва ўмовах шматканальнай дыстрыбуцыі прыярытэтнай задачай для мясцовых СМІ павінна стаць выпрацоўка стратэгіі па рабоце з сацыяльнымі сеткамі і аптымізацыя кантэнту для іх. Каб захаваць сваю канкурэнтаздольнасць, раённыя газеты павінны бесперапынна эвалюцыянаваць. На жаль, не ўсе выданні Брэсцкай вобласці ў поўнай меры выкарыстоўваюць новыя магчымасці, якія перад імі адкрывае інтэрнэт. Большасць раённых газет па-ранейшаму будуць сваю дзейнасць, абапіраючыся на задачы традыцыйнай вытворчасці, а не на інфармацыйныя чаканні аўдыторыі. Па-першае, справа ў тым, што за суправаджэнне сайтаў і работу з сацыяльнымі сеткамі ў рэдакцыях нярэдка адказваюць тэхнічныя рэдактары, якія не маюць журналісцкай адукацыі і адпаведнай падрыхтоўкі ў сферы вэб-журналістыкі. Па-другое, застаецца нявырашаным пытанне аплаты матэрыялаў, якія рыхтуюцца выключна для інтэрнэт-версіі друкаванага выдання.

Бібліяграфічныя спасылкі

1. *Simon K.* Digital 2020: Belarus : DatePortal: free reports [Electronical resource]. URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2020-belarus?rq=Digital%202020%3A%20Belarus> (date of access: 01.09.2020).

ПЕРСПЕКТИВЫ ГАЗЕТНОЙ ИНДУСТРИИ В КОНТЕКСТЕ СПОРОВ ОБ ЕЕ ИСЧЕЗНОВЕНИИ

Ли Исянь

*Белорусский государственный университет,
ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Республика Беларусь,
noirlee2017@gmail.com*

Цель исследования состоит в изучении потенциала расширения газетной индустрии, а также определении перспектив развития газетных периодических изданий в современных условиях трансформации медиасферы. Автором делается предположение о возможности сохранения газеты как вида СМИ на основе применения новых медиа и реформирования медиаиндустрии.

Ключевые слова: теория исчезновения; газетная индустрия; функции газеты; диверсифицированная интеграция; газеты.

PROSPECTS FOR NEWSPAPER INDUSTRY IN THE CONTEXT OF DISPUTES ABOUT ITS DISAPPEARANCE

Li Yixian

*Belarusian State University,
9, Kalvariyskaya Str., 220004, Minsk, Republic of Belarus
Corresponding author: Li Yixian (noirlee2017@gmail.com)*

The purpose of the study is to explore the potential for expanding of newspaper industry and the development prospects of the newspaper periodicals in modern conditions of transformation of the media sphere. The author makes an assumption about the possibility of preserving the newspaper as a type of media based on the use of new media and reformations in the media industry.

Key words: theory of the disappearance of newspaper industry; functions of newspapers; diversified integration; newspapers.

С развитием сетевых СМИ актуальной задачей сегодня становится содействие диверсифицированной интеграции традиционных газет и новейших информационных технологий с учетом сохранения функциональных свойств современных газет, среди которых информативность и культууроориентированность. В материале делается попытка определить новые направления и тенденции развития газетных периодических изданий в условиях трансформации медиасферы.

Еще в 1990-е гг. ученые предположили, что газеты «исчезают», но впервые проблему «смерти газет» рассмотрел и описал Филипп Мейер в 2004 г. в книге «Исчезающая газета: как спасти журналистику в информационном веке». Анализируя данные опроса Национального центра изучения общественного мнения в США, автор делает прогноз, что «к концу первого квартала 2043 г. у ежедневной газеты не будет читателей». В результате чего возник широкий круг дискуссий вокруг тезиса о «вымирании газет» [1, с. 33].

Профессор Лю Цзяньмин в своих работах «Диалог о смерти газет» и «Возвращение к теме смерти газет» продемонстрировал неизбежность исчезновения газет, основанную на эволюционном законе развития СМИ.

Репортер Washington Post Пол Фасси сравнил печатные СМИ с новостями кабельного телевидения, беспроводными телевизионными се-

тями, радио, журналами и т. д. В статье «Светлое будущее газет» автор полагал, что газеты обладают статусом монополии в СМИ, пользуются популярностью, воспринимаются как бренд. А такое преимущество, как общественное признание, не может умереть.

Эрл Уилкинсон в статье «Сила газет – почему газеты – эффективное средство массовой информации» проанализировал динамику функционирования газет и пришел к выводу, что пока есть спрос на рекламу, газеты не исчезнут [1, с. 34].

Юй Гоминь в своей работе «Что означает наступление “точки перелома”» отметил, что газетная отрасль Китая не вступает в период рецессии, но может трансформироваться за счет применения инновационных технологий, реконструкции модели получения прибыли и форм цифровизации информации.

В период с 2014 по 2018 гг. доходы от рекламы британских бумажных СМИ упали на треть – с 993 млн фунтов (1,4 млрд долларов США) до 624 млн фунтов. С 2012 г. общий объем печати китайских газет снижался шесть лет подряд. В 2015 и 2016 г. общий объем печати упал более чем на 15 %. Снижение в 2018 г. сократилось до 8,64 %. Исходя из общей тенденции, ускоренное снижение общего объема печати газет замедлилось, что позволяет говорить о сохранении коммуникационной ценности газеты как вида СМИ и значимости их функций в медиасфере и сегодня.

Специфика газет и других печатных периодических изданий отличает их от иных видов медиа. Печатные СМИ охватывают широкий круг тем и исследуют различные вопросы. Они отражают не только основные проблемы эпохи, но также имеют большое информационное влияние в таких сферах, как политика, экономика, культура, технологии и т. д. Печатные издания оказывают огромное влияние на социум. Газеты идут в ногу со временем, освещая последние достижения в определенной области, отражая дух времени и исторические тенденции.

Газетные периодические издания благодаря новым медиа предоставляют обществу открытую платформу для обмена общественным мнением, что способствует формированию особого культурного поля, доступного для всех людей и побуждающего их выражать свое мнение свободно и публично. Возможность публично выражать свою точку зрения по вопросам, которые представляют наибольший интерес и ценность для общества, в газете позволяет аудитории осуществлять кон-

троль и участие в социально значимых делах, влиять на общественное мнение.

Формирование национальной идентичности или национальной культуры – это динамичный процесс непрерывного строительства, в котором средства массовой информации, представленные газетами и другими периодическими изданиями, играют очень важную посредническую роль. В наибольшей степени печатные издания способствуют глубокому пониманию самобытности национального государства, развитию и распространению национальной культуры и т. д. Одним из ключей к осознанию людьми национальной культурной идентификации является их участие в национальной политике и социальных делах.

Газеты – одна из простейших форм и средств массового распространения информации. Появление новых видов СМИ – радиовещания, телевидения, интернета – не ликвидирует газетную индустрию. Напротив, история доказывает, что новостная информация, представленная в газете, передавалась по радио. Появление информационных агентств непосредственно стимулировало развитие газетной сферы. Другими словами, глядя на текущую ситуацию в медиасфере, можно утверждать, что официальные аккаунты Weibo, Toutiao и Douyin в People'sDaily поддерживают актуальность и востребованность газет у читателей.

Нельзя отрицать, что проблема «теории смерти газет», с которой сталкиваются производители печатных изданий, исчезнет. Однако редакции должны принимать меры, чтобы активно реагировать на влияние новых медиа, корректировать стратегии своего развития и участвовать в технологической интеграции с новыми медиа. Целесообразно расширять функциональные возможности газет и в то же время использовать современные виды медиа, совершенствоваться в новой медиасреде, демонстрируя свою конкурентоспособность.

Библиографические ссылки

1. *Ли К.* Исследование трансформации газетной индустрии в контексте конвергенции СМИ // *News Frontier*. 2019. С. 33–34.